

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus pada konsumen pengguna jasa lapangan futsal di Score Futsal Stadium. Penelitian ini mengambil judul “ Peran Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Nilai Yang Dirasakan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Loyalitas Konsumen (Pada Pengguna Jasa Lapangan Futsal Score Futsal Stadium) “.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan inti dan periferal terhadap nilai yang dirasakan, serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dalam membangun loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa lapangan futsal di Score Futsal Stadium. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. *Purposive sampling method* digunakan dalam penentuan responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisi data dengan menggunakan Regresi berganda dan Regresi sederhana, menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan inti berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan konsumen, (2) kualitas pelayanan periferal berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan konsumen, (3) nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, (4) kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan inti serta kualitas pelayanan periferal nya, misalnya dengan terus menjaga kualitas lapangan futsal dan peralatan futsal lainnya agar selalu dapat digunakan dengan layak oleh konsumen, serta selalu memperbaiki dan memperbaharui jika terjadi kerusakan pada lapangan dan peralatan futsal seperti bola, jaring pembatas, gawang, dan lainnya. Score Futsal Stadium juga perlu meningkatkan dan menambahkan fasilitas-fasilitas lain misalnya, seperti ruang ganti dan ruang tunggu, *free wi fi hotspot*, kantin, dan lain sebagainya yang inovatif dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen jaman sekarang.

Kata kunci : Kualitas pelayanan inti, Kualitas pelayanan periferal, Nilai yang dirasakan, Kepuasan konsumen, Loyalitas Konsumen.

SUMMARY

This research is a case study study on the user of futsal field service at Score Futsal Stadium. The title of this research is "The Role Of Quality Of Core Service And Quality Of Peripheral Service To The Perceived Value And Its Influence On Consumer Satisfaction In Building Consumer Loyalty (On Futsal Field Service Users Score Futsal Stadium)".

The purpose of this study is to determine the effect of core service quality and peripherals to perceived value, and its effect on customer satisfaction in building consumer loyalty.

The population in this study is all all consumers of futsal field service users in Score Futsal Stadium. The number of respondents in this study is 100 respondents. Purposive sampling method is used in the determination of respondents.

Based on the results of research and data analysis using multiple regression and simple regression, show that: (1) the quality of service core have positive effect to consumer's perceived value, (2) the quality of peripheral service have positive effect to consumer value, (3) asserts positive influence on consumer satisfaction, (4) consumer satisfaction has a positive effect on consumer loyalty.

The implications of the above conclusions are in the effort to improve and maintain the quality of the core service and the quality of its peripheral services, for example by continuously maintaining the quality of futsal field and other futsal equipment so that it can always be used properly by the consumers, and always fix and renew if there is damage to the field and futsal equipment such as balls, barrier net, wicket, and others. Score Futsal Stadium also needs to improve and add other facilities such as dressing room and waiting room, free wi fi hotspot, canteen, and others that are innovative and in accordance with the wishes and needs of consumers.

Keywords : Core Service Quality, Peripheral Service Quality, Perceived Value, Consument Satisfaction, Consument Loyalty.